
I. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Д. Э. Асумани

Научный руководитель

М. В. Тимошенко

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И МОБИЛЬНЫХ РЕШЕНИЙ В СЕКТОРЕ МИКРОФИНАНСИРОВАНИЯ СТРАН АФРИКИ

Финансовая сфера в XXI в. находится под значительным влиянием технологических достижений. Очевидно, что финансовые операции на многих фондовых рынках, в банках и даже в микрофинансовых организациях осуществляются в основном в формате мобильных денег (позволяют пользователю оплачивать товары или услуги с помощью своего мобильного телефона или другого мобильного устройства, подключенного к сети оператора связи). Это отражает реализацию концепции цифровых финансов.

Преимущества новых технологий для микрофинансового сектора стран Африки неоспоримы. Они могут эффективно способствовать достижению ключевых целей микрофинансирования (социальных, деловых и экологических) через более широкий и упрощенный доступ для получателей финансовых услуг в отдаленных районах по более низкой цене, а также защитить осуществляемые транзакции и повысить их прозрачность для центральных банков.

Мобильный телефон быстро превратился в инструмент для финансовых учреждений, решающий проблемы сокращения расходов, расширения охвата населения в труднодоступных местах и повышения комфорта при обслуживании клиентов. Проведенное в 2011 г. исследование показало, что мобильное микрофинансирование может снизить операционные расходы микрофинансовых организаций (МФО) на 20% [1, с. 12]. Кроме того, использование мобильных телефонов способствует финансовой интеграции и позволяет оказывать финансовые услуги с очень высокой проникающей скоростью.

В 2017 г. насчитывалось 134 млн активных счетов «мобильного банкинга» по всему миру, в том числе более 84 млн счетов в Африке к югу от Сахары [2]. Например, в Сенегале, где микрофинансовый сектор является наилучшим в зоне Западноафриканского экономического и валютного союза по показателям Центрального банка стран Западной Африки, охватывающим 208 децентрализованных финансовых систем (ДФС), имеющим более 2,5 млн клиентов и степень проникновения микрофинансирования на уровне 18,4% в 2017 г., цифровизация позволила упростить процедуры, сократить расходы и автоматизировать кредитные договоры в сенегальском микрофинансовом учреждении Manko [3]. Микрофинансовая компания Microcred Senegal также использует потенциал мобильных денег, давая возможность клиентам погасить кредит, внести деньги, снять их, оплатить счета с личного мобильного телефона.

Некоторые учреждения в Демократической Республике Конго (ДРК) также участвуют в разработке цифровых мобильных решений. Так, например, микрофинансовая компания Finca через сервис Finca Mobile (мобильные деньги) обеспечивает в режиме реального времени доступ к информации об остатках на счетах, позволяет осуществлять перевод денег с одного счета на другой, производить оплату рыночных услуг через мобильный телефон.

С 2009 г. в Демократической Республике Конго наблюдается быстрый рост открытия банковских счетов. После выхода на рынок нескольких поставщиков цифровых финансовых услуг (мобильные деньги, мобильный банкинг) доля взрослого населения ДРК, официально имевшего финансовые счета, в 2017 г. оценивалась на уровне 25,8%. Доступность финансовых услуг, которая отмечалась в период с 2009 по 2017 гг., нашла выражение среди прочего в осу-

шествовании электронных выплат заработной платы государственным служащим с 2013 г. В 2016 г. компания Finsanачала производить платежи G2P (государственные выплаты гражданам), в том числе для выплаты вознаграждения государственным служащим, через свою сеть агентов. Очевидно, что развертывание агентских сетей операторами мобильных денег Vodacom m-pesa, Airtel Money или Orange Money и финансовыми учреждениями Finca, Equity Bank, Trust Merchant Bank и Ecobank позволило улучшить финансовую доступность.

Согласно исследованию 2015 г. основными потребителями микрофинансовых услуг на основе использования мобильных решений были люди с низким уровнем доходов, которым выгодно получить доступные и недорогие цифровые финансовые услуги. Действительно, результаты опросов, проведенных среди потребителей на 16 различных рынках (Бангладеш, Колумбия, Кот-д'Ивуар, Гана, Гаити, Кения, Индия, Индонезия, Нигерия, Уганда, Пакистан, Перу, Филиппины, Россия, Руанда и Танзания) показали, что клиенты высоко ценят многие базовые цифровые финансовые услуги и используют их в своих интересах [4, с. 1].

Поскольку около четверти взрослого населения Африки имеет банковские счета, данный континент представляется многообещающей зоной развития для субъектов микрокредитования. При этом согласно данным исследования Microfinance Barometer 2017 г., МФО в Африке показали более медленный рост, чем в других регионах мира, количества заемщиков (прирост 2,3% против 9,6% на глобальном уровне) [5]. Это также континент, где операционные расходы МФО являются самыми высокими (составляют 17,7%, против 13,1% на глобальном уровне), и где отмечается высокие риски (по 6,9% выданных кредитов отмечается задержка платежей более чем на 30 дней, в то время как на глобальном уровне этот показатель составляет 4,7%). Несмотря на указанные проблемы, сервис мобильных денег в странах Африки развивается более быстрыми темпами, чему способствует деятельность операторов телефонной связи и разработка ими электронных кошельков.

В Кении компания Misoni является первой национальной микрофинансовой цифровой организацией [6, с. 45–48]. Созданная в 2010 г., она выдала 110 тыс. займов на сумму более 20 млн евро благодаря агентам, оснащенным планшетами, и полностью безбумажному процессу предоставления финансовых услуг. Другие кенийские МФО, более старые на рынке, также ухватились за популярное использование цифровых мобильных технологий при предоставлении финансовых услуг. Подобно телефонным операторам, которые сформировали сеть агентов, ответственных за операции по внесению и снятию средств для оплаты услуг связи, эти микрофинансовые организации также нанимали мелких торговцев и поручали им выполнять основные операции. Эта модель известная как банковское обслуживание через агентские услуги получила наибольшее развитие у крупнейшей микрофинансовой организации Кении Kwf.

Целесообразно перечислить следующие шесть причин, побуждающих МФО запускать альтернативные каналы (использование агентов и мобильных операторов) распространения своих услуг [7, с. 28]:

- привлечение депозитов клиентов для снижения стоимости ресурсов и замены зачастую иностранных источников финансирования;
- снижение эксплуатационных расходов, поскольку модели предоставления микрофинансовых услуг через агентов или с помощью интеграции с операторами мобильных денег являются более эффективными, чем создание сети филиалов;
- возможность охвата клиентов в отдаленных районах;
- создание альтернативных источников доходов, помимо доходов от кредитования (оплата счетов, переводы и другие источники дохода).

Следует особо подчеркнуть важность разработки стратегии продвижения микрофинансовых услуг с помощью цифровых мобильных технологий. При этом важно принимать во внимание факторы, которые могут влиять на результат:

- эффект моды (компании испытывают необходимость «следовать моде», развивая альтернативные каналы предоставления микрофинансовых услуг, в частности, посредством мобильного банкинга или агентского банкинга, что подстегивается потребностями клиентов, ищущих новые решения);
- необоснованные предположения (принятие решений без серьезного анализа ситуации на основе субъективных предположений);
- пристрастие к технологиям (решение принимается на основе чрезмерного «увлечения» мобильными технологиями, что может приводить к созданию технологий ради технологий, игнорированию рыночных реалий, а также оставлению без внимания культурных и социальных аспектов).

На наш взгляд, чтобы избежать попадания в эти «ловушки» при определении стратегии, которую следует применять для развития цифровых технологий с использованием сервиса мобильных денег в сфере микрофинансирования, необходимо должным образом проанализировать спрос, конфигурацию рынка и особенности внутренней и внешней среды деятельности организации.

Таким образом, у стран Африки есть свои особенности, отличные от общеевропейского или американского контекста, где банковская система является весьма развитой и базируется на цифровых технологиях. В странах Африки финансирование при помощи цифровых технологий и мобильных решений рассматривается как возможность для микрофинансовых организаций, чьей миссией является финансовая интеграция людей с низкими доходами, но при этом дает возможность оставаться платежеспособными. Рассмотренные примеры свидетельствуют об успехе внедрения цифровых технологий, указывают на преимущества мобильных денег как для микрофинансовых организаций, так и для клиентов.

Список использованной литературы

1. **Wyman, O.** Beyond Payments: Next Generation Mobile banking for the masses / O. Wyman. – PlaNet Finance, 2011. – 30 p.
2. **Les avancées** de la microfinance comme sources d'inspiration pour la finance digitale // Agence Française de Développement [Électronique ressource]. – Mode d'accès : <https://www.ideas4development.org/microfinance-finance-digitale-inspiration>. – Date d'accès : 24.10.2020.
3. **Digitalisation** de la microfinance en Afrique: le CasManko // Fintalk Mag [Ressource électronique]. – Mode d'accès : <https://www.fintalk-mag.com/2018/12/22/digitalisation-de-la-microfinance-en-afrique-le-cas-manko>. – Date d'accès : 24.10.2020.
4. **McKee, K.** Réussir la finance numérique: pourquoi atténuer davantage les risques pour les clients / K. McKee, M. Kaffenberger, M. Jamie // CGAP. – 2015. – № 103. – 40 p.
5. **Le Baromètre** de la Microfinance 2019 // Convergences [Ressource électronique]. – Mode d'accès : <https://www.convergences.org/barometre-de-la-microfinance>. – Date d'accès : 15.09.2020.
6. **Leboucher, S.** Service financier sur mobile: L'expérience de l'Afrique / S. Leboucher // Banque&Stratégie. – 2017. – № 367. – P. 45–48.
7. **Guide** sur la Banque à Distance et la Finance Numérique pour les Institutions de Microfinance – Focus Réglementaires sur la Zone UEMOA. – Enclude Ltd., 2018. – 87 p.